

## Sosyal Medya Bağımlılığının Phubbing Üzerindeki Etkisi: Turizm Ön Lisans ve Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma

*The Effect of Social Media Addiction on Phubbing: A Research Targeting Tourism Associate Degree and Bachelor's Degree Students*

Lütfullah Sadi TOPRAK<sup>a</sup> ve Caner GÜÇLÜ<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Gevaş Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta Ve İkram Hizmetleri Bölümü, Van, Türkiye. ORCID: 0000-0002-3079-920X

<sup>b</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bitlis Eren Üniversitesi, Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Bitlis, Türkiye. ORCID: 0000-0002-3977-3815

### Özet

Dijitalleşmenin hızla artmasıyla akıllı telefonlar ve sosyal medya platformlarının yoğun kullanımı, bireylerin yüz yüze iletişimde dikkatlerini mobil cihazlara yöneltmelerine neden olan phubbing (tele hiçleme) davranışını yaygınlaştırmıştır. Bu durum, özellikle insan etkileşiminin yoğun olduğu turizm sektörüne yönelik eğitim alan öğrenciler açısından hem kişilerarası iletişim hem de mesleki yeterlilikler bakımından önem taşımaktadır. Bu araştırmanın amacı, turizm önlisans ve lisans programlarında öğrenim gören öğrencilerde sosyal medya bağımlılığının phubbing davranışı üzerindeki etkisini incelemektir. Nicel araştırma yöntemi tercih edilen bu çalışmada 382 öğrenciden çevrimiçi anket yoluyla veri toplanmıştır. Anket Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Genel Phubbing Ölçeği ile demografik sorulardan oluşmaktadır. Veriler faktör analizi, korelasyon ve basit doğrusal regresyon analizleri ile incelenmiştir. Analizlerin sonucu, sosyal medya bağımlılığının phubbing davranışının alt boyutları olan *nomofobi*, *kişilerarası çatışma*, *izolasyon* ve *problem kabulü* üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı etkiler olduğunu göstermektedir. Araştırma, turizm eğitimi alan öğrencilerde dijital alışkanlıkların ne düzeyde olduğunu ortaya koyarak, sektör ve eğitim kurumları için teknoloji kullanımına yönelik öneriler sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya Bağımlılığı, Phubbing, Turizm Öğrencileri

### Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 27.09.2025  
Kabul Tarihi 03.11.2025

### Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

### Abstract

The swift ascent of digitization and the pervasive use of smartphones and social media platforms have normalized phubbing (phone ignoring) behavior, leading individuals to divert their attention to mobile devices during in-person interactions. This scenario is especially significant for students pursuing tourism, a field marked by substantial human interaction, encompassing both interpersonal communication and professional skills. The aim of this study is to examine the effect of social media addiction on phubbing behavior among students enrolled in tourism associate and bachelor's degree programs. In this study, which employed a quantitative research method, data were collected from 382 students via an online survey. The survey consisted of the Social Media Addiction Scale, the General Phubbing Scale, and demographic questions. The data were analyzed using factor analysis, correlation, and simple linear regression analyses. The results of the analyses show that social media addiction has statistically significant effects on the sub-dimensions of phubbing behavior, namely *nomophobia*, *interpersonal conflict*, *isolation*, and *problem acceptance*. The research reveals the level of digital habits among students studying tourism and offers recommendations for technology use to the sector and educational institutions.

**Keywords:** Social Media Addiction, Phubbing, Tourism Students

### Sorumlu Yazar

Lütfullah Sadi TOPRAK  
[lutfullahsaditoprak@yyu.edu.tr](mailto:lutfullahsaditoprak@yyu.edu.tr)

### Önerilen Atf:

Toprak, L. S. ve Güçlü, C., (2025). Sosyal Medya Bağımlılığının Phubbing Üzerindeki Etkisi: Turizm Ön Lisans ve Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 232-247.

## 1. GİRİŞ

Son yıllarda dijitalleşmenin hızlı yayılması ve aşırı kullanımı bireysel ve toplumsal düzeyde sosyal ilişkileri ve iletişim normlarını yeniden şekillendirmektedir. Teknolojik gelişmelerin sosyal hayatın her alanına yansması ile birlikte bu değişime hızla uyum sağlayamaya çalışan üniversite öğrencilerinin de iletişim araçları değişmektedir. Hiç şüphesiz bu iletişim araçlarının başında cep telefonları gelmektedir. Günlük hayatta çok fonksiyonlu olarak yoğun kullanılan telefonlara sosyal medya faktörünün de eklenmesi telefon bağımlılığın ötesinde sosyal medya bağımlılığını gündeme getirmiştir. Gerek sosyal medya bağımlılığının gerekse phubbing (tele hiçleme/görmezden gelme) olgusunun üniversite öğrencilerinin tutum, davranış ve akademik başarıları üzerinde etkileri olduğu söylenebilir (Sönmez Sarı, vd., 2023, s. 210).

Akıllı telefonların modern yaşamı daha verimli ve ilgi çekici hâle getirdiği kabul edilmekle birlikte bu araçların bireylerarası iletişim üzerindeki olumsuz etkileri giderek daha fazla dikkat çekmektedir (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016, s. 9-10). Söz konusu olumsuz etkilerden biri olan phubbing, bireylerin sosyal bir ortamda yüz yüze iletişim kurmak yerine dikkatlerini akıllı telefonlarına yönelterek karşısındaki kişileri görmezden gelmeleriyle ortaya çıkan bir sosyal etkileşim problemidir. Bu davranış biçimi, birden fazla kişinin yer aldığı sosyal ortamlarda, bireylerin akıllı telefonlarıyla meşgul olmaları sonucunda diğer bireylerin varlığının göz ardı edilmesi şeklinde kendini göstermektedir (Karadağ vd., 2015; Santos, Torres, dos Santos ve Martins, 2023). Bu yönüyle phubbing, hem sosyal ilişkilerin niteliğini zayıflatan hem de kişilerarası iletişimi olumsuz etkileyen bir davranış biçimi olarak değerlendirilmektedir (Roberts ve David, 2016, s. 135-136). Öte yandan sosyal medya bağımlılığı ise söz konusu platformlarda aşırı zaman harcayarak sosyal medyanın sürekli kontrol edilmesi ile ilgilidir. Dolayısıyla phubbing davranışı sosyal medya bağımlılığı ile yakından ilişkilidir (Franchina vd., 2018, s. 2).

Turizm literatüründe phubbing ve sosyal medya bağımlılığı farklı açılardan ele alınmış (Nazir, 2017; Rachman, 2021; Allahverdi, 2023) ancak insan ilişkilerinin yoğun olduğu turizm sektörüne yönelik eğitim alan üniversite önlisans ve lisans turizm öğrencilerine yönelik bir çalışmaya rastlanılmamıştır. İnsan ilişkilerinin yoğun yaşandığı turizm sektöründe gelecekte çalışacak bireyler olarak turizm ön lisans ve lisans öğrencilerinin dijital alışkanlıklarının anlaşılması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Araştırmanın, emek-yoğun niteliği ile insan etkileşiminin merkezde olduğu turizm sektörüne yönelik eğitim alan öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmesi alana özgü bir katkı sunmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı turizm ön lisans ve lisans programlarında öğrenim gören öğrencilerin bakış açısıyla, sosyal medya bağımlılığının phubbing üzerindeki etkisini incelemektir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Araştırmanın bu bölümünde sosyal medya kavramı ve bağımlılığı ile phubbing konularına yönelik literatür taraması yer almaktadır.

### 2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı

Akıllı telefonların internet teknolojisi ile birleşmesi bireylerin sosyal medya platformlarında sürekli çevrimiçi ve sürekli bağlantılı bir yaşam biçimine geçmesine neden olmuştur (Chi, Tang ve Tang, 2022, s. 1114). Sosyal medya, coğrafi mesafe sınırlaması olmadan bireylerin bilgi, görüntü, ses ve fikir alışverişi yapabildiği sanal platformlar olarak tanımlanmaktadır (Gupta ve Saha, 2020, s. 114). Günümüzde bu platformların en yaygın olanlarından YouTube, Instagram, TikTok, LinkedIn, Facebook, Twitter, Snapchat, WhatsApp ve Google+ gibi platformlar, bireyler için hem kişisel hem de sosyal hayatın değişmez unsurları haline gelmiştir. Bu platformların akıllı telefonlara indirilmesi ve akıllı telefonların bilinçsiz ve aşırı kullanımı, insanların sosyal etkileşimleri üzerinde olumsuz etkileri olan kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kavramlar başlangıçta bilgisayar bağımlılığı ve oyun bağımlılığı olarak bilinirken, günümüzde özellikle sosyal medya bağımlılığı gibi türleri de ortaya çıkmıştır (Talan, Doğan ve Kalinkara, 2023, s. 4).

Sosyal medya bağımlılığı, öz denetim eksikliği nedeniyle sosyal medyanın aşırı ve kontrolsüz kullanılması durumudur (Franchina vd., 2018, s. 2). Bu bağımlılık yalnızca bilgi edinme amacıyla sınırlı kalmaz; oyun oynama, arkadaşlık kurma, etkinlik takip etme, fotoğraf/video paylaşma gibi çok sayıda faaliyeti kapsar (Talan, Doğan ve Kalinkara, 2023, s. 4). Turel ve arkadaşları (2019) bu durumu “dijitalleşmenin karanlık tarafı” olarak adlandırmış ve sosyal, kişisel ve profesyonel yaşam sınırlarının belirsizleştiğini vurgulamıştır. Sosyal medyanın aşırı kullanımı, bireylerin psikolojik durumlarını, davranış kalıplarını ve duygusal tepkilerini olumsuz etkileyerek eğitim, iş ve özel yaşamda sorunlara yol açabilmektedir (Salehan ve Negahban, 2013). Özellikle genç bireylerde bağımlılık eğilimi, diğer yaş gruplarına göre daha belirgin olarak görülmektedir (Davey vd., 2018). Öyle ki günümüzün öğrencileri olan genç nesiller sosyal çevreleriyle doğrudan etkileşim kurmak yerine akıllı telefonlar veya tabletler ile daha fazla zaman geçirme eğilimindedir (Rachman, 2021).

Turizm sektörü, insan etkileşiminin en yoğun yaşandığı alanlardan biridir. Sektörde hizmet kalitesini belirleyen unsurların başında yüz yüze iletişim, empati ve dikkat gelmektedir (Uğur ve Koç, 2015a). Ancak dijitalleşmenin hızla yayılması, bu iletişim biçimlerini dönüştürmektedir. Özellikle üniversite çağındaki turizm öğrencileri, hem eğitim sürecinde hem de gelecekteki profesyonel yaşamlarında dijital araçları yoğun biçimde kullanmaktadır. Bu durum, eğitim ortamında grup çalışmalarına katılım, ders içi dikkat ve mesleki uygulamalarda müşteri ilişkilerinin niteliği üzerinde doğrudan etkili olabilmektedir. Aşırı ve kontrolsüz dijital araç kullanımı, öğrencilerin sosyal etkileşimlerinde dikkat dağınıklığı, empati azalması ve sosyal bağların zayıflaması gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Roberts ve David, 2016, s. 136). Bu kapsamda yapılan çalışmalardan Güneş ve Ekmekçi (2023) turizm alanında yükseköğrenim gören öğrenciler arasında FOMO (Fear of Missing Out) ile depresyon arasındaki ilişkide SMB (Sosyal Medya Bağımlılığı) ve anksiyetenin kümülatif aracılık etkisini incelemişlerdir. Yazarlar genç bireylerde FOMO seviyesinin artmasının, SMB ve anksiyete düzeylerini arttırdığını, bunun da depresyonu yükselttiği sonucuna ulaşmışlardır. Guzel Sahin ve Sengün (2015) ise üniversite öğrencilerine yönelik çalışmalarında turizm pazarlamasında sosyal medyanın önemini araştırmışlar ve sosyal medyanın turizm sektörünü hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Son olarak Uysal (2022) çalışmasında Türkiye'deki yükseköğretim turizm rehberliği lisans öğrencilerinin depresyon düzeyleri (CES-D) üzerinde “ruh hali değişikliği”, “nüksetme”, ‘çatışma’ ve “meslek” olmak üzere dört faktör altında sosyal medya bağımlılığının (SMB) etkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda SMB'nin alt ölçeklerinden “Çatışma” alt ölçeğinin katılımcıların depresyon düzeyleriyle pozitif korelasyon gösterdiği, “Ruh Hali Değişikliği” alt ölçeğinin ise katılımcıların depresyon düzeyleriyle negatif korelasyon gösterdiği sonucuna ulaşmıştır. ‘Nüksetme’ ve “Meşguliyet” alt ölçeklerinin ise katılımcıların depresyon düzeyleriyle anlamlı bir korelasyon göstermediğini belirlemiştir.

## 2.2. Phubbing Davranışı

Phubbing alan yazında yeni bir konu olmasına rağmen son yıllarda araştırmacılar (Chi, Tang ve Tang, 2022; Santos vd., 2023) tarafından yoğun bir şekilde incelenmektedir ve akıllı telefon teknolojisinin başlangıcıyla alan yazına giren bir kronolojisi vardır (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016). 20. yüzyılda ortaya çıkan akıllı telefonların kullanımı şüphesiz çok sayıda fayda sağlamıştır ancak yaygın kullanımın beraberinde getirdiği en önemli sorunlardan biri bireyin sosyal ortamda diğer bireylerle konuşmalar yapmak yerine akıllı telefonunu takıntılı bir şekilde kullanması anlamına gelen phubbing olgusudur (Chi, Tang ve Tang, 2022, s. 1112). Phubbing, “phone” (telefon) ve “snubbing” (yok sayma) kelimelerinin birleşiminden türeyen ve bireyin sosyal ortamda karşısındaki kişiyi görmezden gelerek dikkatini telefonuna yöneltmesi olarak tanımlanan bir sosyal etkileşim problemidir (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016, s. 10). Phubber olarak adlandırılan kişiler, sosyal medya kullanımı, mesajlaşma veya bildirim kontrolü gibi nedenlerle cihazlarını sürekli kontrol eder (Rachman, 2021). Phubbing, hem kişilerarası ilişkilerin niteliğini zayıflatır (Davey vd., 2018) hem de iletişim doyumunu düşürür (Roberts ve David, 2016). Akademik ortamlarda bu davranış, derslere katılımı azaltarak akademik performansı olumsuz etkiler (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2018). Phubbing'in yaygın olarak gençler ve üniversite öğrencileri

arasında görülmesi (Rachman, 2021), bu davranışın eğitim süreçleri açısından önemini artırmaktadır. Araştırmalar, bu davranışın öğrencilerin not ortalamalarını düşürdüğünü (Rupert ve Hawi, 2016; Parmaksız, 2023) ve sosyal ilişkilerine zarar verdiğini ortaya koymaktadır.

Phubbing davranışı internet, dijital oyunlar ve cep telefonu bağımlılığı gibi çeşitli teknolojik bağımlılık türleriyle benzerlikler göstermekte ve özellikle sosyal medya bağımlılığının etkisiyle çok boyutlu bir sorun olmaktadır (Davey vd., 2018). Phubbing davranışı çeşitli teknolojik bağımlılıkların (örneğin internet, sosyal medya, dijital oyunlar ve cep telefonlarına bağımlılık) kesişim noktasındadır ve bu tür bağımlılıkların bir araya gelmesinin sonucu olarak algılanabilir (Santos vd., 2023, s. 2). Öyle ki Salehan ve Negahban (2013) kişilerarası ilişkilerin bozulmasına da neden olan phubbing davranışının yaygınlaşmasında sosyal medyanın aşırı kullanımına vurgu yapmışlardır (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016; Blanca ve Bendayan, 2018; Davey vd., 2018). Rachman (2021) çalışmasında sosyal medya bağımlılığı ile phubbing davranışı arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Buna göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça, phubbing davranışı da artmaktadır.

### 2.2.1. Phubbing Davranışının Boyutları

Araştırma kapsamında phubbing (tele hiçleme) davranışını ölçmek için kullanılan, Chotpitayasunondh ve Douglas (2018) tarafından geliştirilen ve Ergün, Göksu ve Sakız (2019) tarafından Türkçe'ye uyarlanan 15 maddelik "Genel Phubbing Ölçeği (GPÖ)" dört alt faktörden oluşmaktadır: Bunlar; "Nomofobi", "Kişilerarası Çatışma", "Kendini İzolasyon" ve "Sorun Kabulü" şeklindedir.

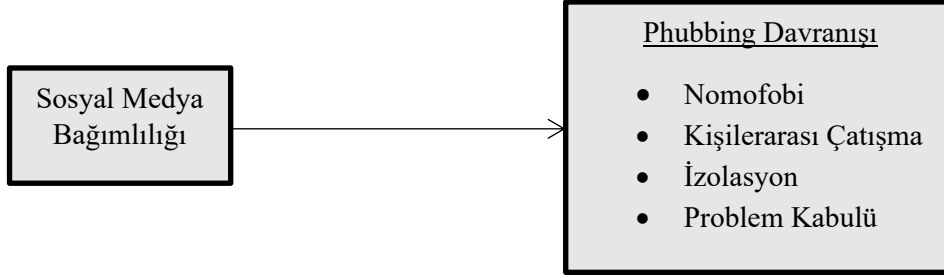
Literatürde "Mobil telefon korkusu" olarak adlandırılan phubbing alt boyutlarından "nomofobi" aynı kelimenin kısaltılmasıyla ortaya çıkmıştır (Yıldırım ve Correia, 2015, s. 131). Esasında bireylerin iletişimi sağlayan teknolojilerden uzaklaştıklarında veya bu teknolojileri kaybettiklerinde duydukları endişe ve kaygıları ifade etmektedir (Bragazzi ve Del Puente, 2014, s. 156). Nomofobi Yıldırım ve Correia (2015) tarafından dört boyutla ölçülmüştür: Bunlar; (1) *İletişim Kuramama*, bir bireyin cep telefonları aracılığıyla başkalarıyla bağlantı kuramadığında ortaya çıkan korkuyu yansıtır, (2) *Bağlantıyı Kaybetme*, bilgiye erişimi ve çevrimiçi ağlara bağlantıyı kaybetme korkusuyla ilgilidir, (3) *Cep Telefonu Aracılığıyla Mevcut Bilgilere Ulaşamama Korkusu* ve son olarak (4) *Rahatlıktan Vazgeçme*, cep telefonlarının sağladığı rahatlıktan vazgeçme duygusu olarak değerlendirilmektedir. Kişiler arası çatışmalar; aynı ya da farklı hiyerarşik düzeylerde ve birimlerde yer alan iki veya daha fazla örgüt üyesi arasında ortaya çıkan, kızgınlık, güvensizlik, korku ve dışlanma gibi olumsuz duygulara yol açan anlaşmazlık ve uyumsuzluk durumlarıdır. Bu çatışmalar, bireyler arasındaki ilişkilerde öfke yaratan, birbirleriyle örtüşmeyen politika, amaç, ilke ve kurallardan kaynaklanmaktadır (Rahim, 2001, s. 23). İzolasyon kavramı bireyin normal duygusal ve sosyal girdi düzeyinde azalma yaşadığı ve fiziksel alan veya hareket üzerinde olası istemsiz sınırlamalar olduğu durum olarak tanımlanmaktadır (Gilmartin, Grota ve Sousa, 2013, s. 56-57). Son olarak problem kabulü ise herhangi bir olay, kriz veya sorun ile karşı karşıya gelindiğinde gelişen olay, kriz veya sorunla yüzleşip bunu kabullenme durumu olarak ifade edilmektedir (Jonkman, 2006).

Phubbing davranışının hayatın çeşitli yönlerinde ve meslek gruplarında yansımaları vardır. Özellikle akademik ortamlarda ve okullarda çalışma zamanını aksatır ve akademik performansı ve başarıyı olumsuz etkiler (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2018). Her yaş grubunda görülen phubbing olayının daha çok genç nesiller ve öğrenciler arasında yaygın olduğu belirtilmektedir (Rachman, 2021). Okullarda ve öğrenciler arasında sıklıkla görülen söz konusu phubbing davranışının öğrencilerin başarısına (GANO), sosyal ve bireyler arası ilişkilerine zarar verdiği vurgulanmaktadır. Telefonu gereksiz yere açıp kapamak veya bildirimleri kontrol etmek bile bir phubbing davranışı olarak kabul edilir (Talan, Doğan ve Kalinkara, 2023, s. 3). Phubbing davranışının nedenlerini anlamak için araştırmacılar (Erzen vd., 2021; Ivanova vd., 2020; Karadağ vd., 2015) psikolojik öncülleri incelemiş, beş büyük kişilik özelliği ile phubbing davranışı arasındaki ilişkiyi araştırmış nevroitiklik ve vicdanlılığın phubbing davranışını önemli ölçüde etkilediği sonucuna varmışlardır. Özellikle psikolojik faktörlerden yaşam doyumu, kaygı ve olumsuz benlik

gibi unsurların phubbing davranışını etkilediği vurgulanmaktadır (Ergün, Göksu ve Sakız, 2019). Ayrıca, phubbing eğiliminin kadınlarda erkeklere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Santos vd., 2023).

### 2.3. Araştırma Hipotezlerinin Geliştirilmesi

Bu çalışmada nicel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Araştırma modelinde sosyal medya bağımlılığı bağımsız değişken phubbing bağımlı değişken olarak yer almaktadır. Bu çerçevede araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

Alanyazında sosyal medya bağımlılığı ve phubbing arasındaki ilişkiye yönelik birçok araştırma (Karadağ vd., 2015; Franchina vd., 2018) yapılmıştır. Bu kapsamda yapılan çalışmalarda sosyal medya bağımlılığı ile phubbing davranışı arasında anlamlı ilişki olduğu vurgulanmaktadır (Ratnasari ve Oktaviani, 2020; Rachman, 2021; Franchina vd., 2018; Putri ve Sa'id, 2024; Gupta ve Sekhar, 2024). Phubbing alt boyutlarından nomofobi yaşayan öğrenciler genellikle zamanın önemli bir kısmını mobil cihazla geçirme, sürekli şarj cihazı taşıma motivasyonu ile hareket etmektedir. Telefonlarını kaybetme düşüncesi belirlediğinde huzursuzluk hissetme, akıllı telefon kullanımının kısıtlandığı durumlarda telefon ekranına sık sık bakma gibi eğilimlerde bulunmaktadır (Ali, Abdelraof, El-Gilany ve Awad, 2024). Almusa ve arkadaşları (2019) üniversite öğrencilerine yönelik araştırmalarında öğrenciler arasında %85.3'lük bir nomofobi yaygınlığına vurgu yapmış, bunun %22.1'inin şiddetli semptomlar sergilediğini ve %63.2'sinin hafif semptomlar gösterdiğini tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Türen ve arkadaşları (2017) ile Kaur ve arkadaşları (2021) tarafından yapılan çalışmalarda ise gençlerin veya öğrencilerin çoğunun nomofobik olduğu sonucuna varılmıştır. Üniversite öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının ve nomofobinin yaygın olduğu dikkate alınrsa sosyal medya bağımlılığı ile nomofobi arasındaki ilişkinin pozitif olması beklenmektedir.

**H1.** Sosyal medya bağımlılığı nomofobi üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Çatışma, insanoğlunun yaşadığı çevrede kaçınılmaz bir olgudur. Kişilerarası çatışma güçlü bir iletişim kaynağı olabileceği gibi, daha büyük bir öz farkındalık kaynağı da olabilir. Sosyal medya bağımlılığı, kişisel ve kişiler arası çatışmalar üzerinde etki yapmaktadır. Bozuk uyku düzenleri, azalan akademik başarı, depresyon, stres, kaygı, yalnızlık ve özsaygı, sosyal medya bağımlılığının neden olduğu çatışma nedenleri olarak değerlendirilmektedir (Weixel-Dixon, 2017). Ahmed (2023) araştırmasında sosyal medyanın aşırı kullanımının yüz yüze etkileşimlerin ihmal edilmesine ve yanlış anlamalara neden olduğunu bunun da çatışma ve iletişim sorunlarına yol açtığını vurgulamaktadır. Buna göre üniversite öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının uyku düzensizliği, depresyon, stres, kaygı ve özsaygı gibi farklı sorunlara neden olduğu dikkate alınrsa sosyal medya bağımlılığı ile kişilerarası çatışma arasında pozitif ilişki olması beklenmektedir.

**H2.** Sosyal medya bağımlılığı kişilerarası çatışma üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Yalnızlık hissi sadece yalnız olan ve başkalarıyla iletişim kurmayan veya etkileşime girmeyen kişileri ifade etmez; aynı zamanda dijital dünyaya bağlı oldukları için gerçek hayatta başkalarıyla etkileşime girmeyi bırakan kişileri ve bunun sosyal dışlanma etkisini de ifade eder (Zaka vd., 2023). Sosyal medya bağımlılığının, kişilerarası ilişkileri etkileyerek artan yalnızlık ve azalan ilişki tatmini

ile sonuçlandığı vurgulanmaktadır (Ahmed, 2023). Dolayısıyla üniversite öğrencileri arasında sosyal medya bağımlılığının izolasyona yol açtığı söylenebilir.

**H3.** Sosyal medya bağımlılığı izolasyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Sosyal medya bağımlılığı ile phubbing alt boyutu problem kabulü (kabullenme) arasında anlamlı bir ilişki olduğu ifade edilmektedir (Franchina vd., 2018). Sosyal medya bağımlılığı yükseldikçe, bireyler phubbing davranışına daha sık başvurur ve dolayısıyla bir problem olduğunu fark etme veya kabullenme düzeyleri de artmaktadır (Ratnasari ve Oktaviani, 2020; Putri ve Sa'id, 2024). Bu doğrultuda sosyal medya bağımlılığı ile problem kabulü boyutu arasında pozitif ilişki olması beklenmektedir.

**H4.** Sosyal medya bağımlılığı problem kabulü üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Emek-yoğun yapısıyla dikkat çeken ve insan etkileşiminin belirleyici olduğu turizm sektörüne yönelik eğitim alan öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmesi araştırmanın özgünlüğünü oluşturmaktadır. Turizm ön lisans ve lisans programlarında öğrenim gören öğrencilerin gelecekte doğrudan insan ilişkileriyle iç içe olacak mesleklerde görev alacak olmaları dijital medya alışkanlıklarının kişilerarası iletişim üzerindeki olası etkilerini anlamayı daha da önemli kılmaktadır.

### **3. YÖNTEM**

Bu çalışmada, turizm ön lisans ve lisans programlarında öğrenim gören öğrencilerin bakış açısıyla sosyal medya bağımlılığının phubbing davranışı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Nicel araştırma yöntemi tercih edilen bu çalışmada 382 öğrenciden çevrimiçi anket yoluyla veri toplanmıştır. Anket Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Genel Phubbing Ölçeği ile demografik sorulardan oluşmaktadır. Elde edilen veriler faktör analizi, korelasyon ve basit doğrusal regresyon analizleri ile değerlendirilmiştir. Bu açıdan çalışmanın turizm literatüründeki ilgili boşluğa katkı yapması ve turizm sektöründeki paydaşlara fikir vermesi beklenmektedir. Araştırma 25 Mayıs-10 Haziran 2025 tarihleri arasında çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Yayın Etik Kurulu'nun 13/05/2025 tarihli toplantı ve 2025/10 oturum sayısı ile araştırma için etik kurul onayı alınmıştır.

#### **3.1. Evren ve Örneklem**

Araştırma kapsamında evren, Türkiye'de yükseköğretim kurumlarında turizm eğitimi almakta olan ön lisans ve lisans düzeyindeki öğrenciler olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda hazırlanan çevrimiçi anket yedi coğrafi bölgeden farklı üniversitelerin turizm fakülte/yüksekokul ve meslek yüksek okullarına gönderilmiştir. 50.000-100.000 arası evren büyüklüklerinde 381 örneklem sayısının yeterli olduğu ifade edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2018, s. 43). 2024/2025 akademik yılı itibarıyla Türkiye'de turizm eğitimi veren fakülte/ yüksekokul ve meslek yüksekokulu toplam öğrenci sayısı yaklaşık 86.000 (Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, 2025) dikkate alındığında gerekli olan 381 örneklem sayısına ulaşıldığı görülmektedir. Anket uygulaması 25 Mayıs-10 Haziran 2025 tarihleri arasında çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir. Kolayda örneklem yönteminin tercih edildiği çalışmada toplamda öğrencilerden çevrimiçi aracılığıyla 382 anket toplanmış ve yeterli örneklem sayısına ulaşılmıştır.

#### **3.2. Veri Toplama Araçları**

Araştırmada nicel araştırma yöntemi tercih edilmiş ve veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmada anket çevrimiçi ortamda uygulanmış ve veriler bu yöntemle elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu 20 soruluk demografik özelliklere yönelik maddelerden, 7 soruluk sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve 15 soruluk phubbing (tele hiçleme) ölçeği olmak üzere 3 bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümü katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 20 sorudan oluşmaktadır.

## Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği

Anketin ikinci bölümünde sosyal medya bağımlılığı için Günücü (2009) tarafından internet bağımlılığı olarak geliştirilen ve Çömlekçi ve Başol (2019) tarafından sosyal medya bağımlılığı şeklinde revize edilen 7 soruluk ölçek kullanılmıştır. Çömlekçi ve Başol (2019) sosyal medya bağımlılığı ölçeğini internet bağımlılığı ölçeğinin alt boyutu olan “işlevsellikte bozulma” boyutundan revize etmiştir. Araştırmacılar yapılan revizyon sonrasında ölçeğe doğrulayıcı faktör analizi uygulamış; elde edilen standartlaştırılmış yüklerin 0.52 ile 0.86 aralığında değiştiğini ve tüm değerlerin istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu ( $t > 1.96$ ) ortaya koymuşlardır. Analiz neticesinde sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı 0.85 olarak bulunmuş ve ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

## Phubbing Ölçeği

Anketin üçüncü bölümünde ise phubbing (tele hiçleme) davranışını ölçmek için Chotpitayasunondh ve Douglas (2018) tarafından geliştirilen ve Ergün, Göksu ve Sakız (2019) tarafından Türkçe'ye uyarlanan 15 maddelik “Genel Phubbing Ölçeği (GPÖ) kullanılmıştır. Chotpitayasunondh ve Douglas (2018) tarafından geliştirilen ölçek yedili likert şeklinde (1: Asla, 7: Her zaman) puanlanmaktadır. Ölçek dört alt faktörden oluşmaktadır, bunlar; “Nomofobi”, “Kişilerarası Çatışma”, “Kendini İzolasyon” ve “Sorun Kabulü” şeklindedir. Ölçeğin güvenilirlik katsayıları ise 0,85 ila 0,92 değerleri arasında olup iç güvenilirlik ve yakınsak geçerliliği sağlamaktadır.

## 4. BULGULAR

Araştırmanın bu kısmında verilerin analizi sonucunda elde edilmiş bulgulara sırasıyla yer verilmektedir.

### 4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında yaş grubunda katılımcıların büyük bir kısmının 18-22 yaş arasında olduğu (%64,4, 246 kişi), ardından 23-27 yaş grubunun (%26,4, 101 kişi) geldiği, 33 yaş ve üzeri katılımcıların ise daha düşük bir orana sahip olduğu (%9,2, 35 kişi) görülmektedir. Katılımcıların eğitim gördükleri bölümlere bakıldığında %52,1'inin Turizm İşletmeciliği bölümünde, %14,4'ünün Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde, %9,2'sinin Rekreasyon Yönetimi ve Seyahat İşletmeciliği bölümlerinde yer aldığı, %15,2'sinin ise Aşçılık bölümünde eğitim aldığı görülmektedir. Katılımcıların en sık kullandığı sosyal medya hesapları incelendiğinde ise %50,1'inin Instagram kullandığı, %31,8'inin ise WhatsApp tercih ettiği görülmektedir. TikTok %10,1 ile üçüncü sırada yer alırken, Twitter %6,9, Facebook ise %1,0 oranı ile daha düşük bir kullanım oranına sahiptir. Telegram ise yalnızca %0,2 oranında tercih edilmektedir.

Analiz sürecine başlamadan önce, verilerin doğru girilip girilmediği ve olası hatalı veri girişlerinin bulunup bulunmadığı kontrol edilmiştir. Ardından, veriler üzerinde uygulanacak analiz türlerini belirleyebilmek amacıyla basıklık ile çarpıklık katsayıları incelenmiştir. Can (2018: 85)'in belirttiği üzere, basıklık ve çarpıklık katsayılarının  $\pm 1,96$  aralığında yer alması normal dağılımın sağlandığına ilişkin kabul edilebilir sınırlardır. Bu doğrultuda, ölçek maddelerine ilişkin çarpıklık katsayılarının -1,09 ile +1,2 arasında değiştiği görülmüştür. Elde edilen değerlerin kabul edilebilir aralıkta olması, verilerin normallik varsayımını karşıladığını göstermektedir. Benzer şekilde, basıklık katsayılarının -1,049 ile +0,432 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Bu sonuç da basıklık açısından verilerin normal dağılıma uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, normallik varsayımının sağlanması nedeniyle veri analizinde parametrik testler kullanılmıştır.

## 4.2. Ölçeklere Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizleri

**Tablo 1.** Phubbing Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Madde	Faktör Yükü	C.Alfa	A. Varyans	Özdeğer
Nomofobi	NOM2	.844	.846	19.124	2.869
	NOM3	.794			
	NOM1	.772			
	NOM4	.753			
Kişilerarası Çatışma	KÇ7	.785	.875	20.921	3.138
	KÇ6	.772			
	KÇ5	.751			
	KÇ8	.741			
İzolasyon	İZO11	.819	.896	21.396	3.209
	İZO12	.814			
	İZO10	.779			
	İZO9	.665			
Problem Kabulü	PK14	.796	.773	11.919	1.788
	PK15	.680			
	PK13	.593			
<b>Değerlendirme Kriterleri</b>	KMO			<b>.918</b>	
	Approx. Chi-Square			<b>3458.317</b>	
	Bartlett's Test of Sphericity			<b>.000</b>	
	Faktör Çıkarma Yöntemi			<b>Temel Bileşenler Analizi</b>	
	Toplam Açıklanan Varyans			<b>73.360</b>	

Phubbing ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi bulguları Tablo 1'de verilmiş olup, ölçeğin dört faktörlü bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin faktör analizine uygunluğunu değerlendirmek için gerçekleştirilen analiz sonucunda, KMO değerinin .918 olduğu ve Bartlett testi bulgularının ( $\chi^2=3458.317$ ,  $p<.001$ ) anlamlılık düzeyinde bulunduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu ortaya koymaktadır. Tabachnick ve Fidell (2007) 0,6'nın üzerindeki KMO değerinin faktör analizi yapabilmek için yeterli olduğunu belirtmektedir. Ayrıca Bartlett Küresellik Testi ( $\chi^2=3458.317$ ,  $p<.001$ ) anlamlı çıkmış ve değişkenler arasında faktör analizine uygun düzeyde korelasyon bulunduğu belirlenmiştir. Sosyal bilimlerde tüm faktörlerin toplam varyansın en az 0,5'ini açıklamaları yeterli kabul edilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016). Buna göre dört faktörlü yapının toplam varyansın %73.360'ını açıkladığı görülmektedir. Birinci faktör Nomofobi, varyansın %19.124'ünü açıklarken faktör yükleri .844 ile .753 arasında yoğunlaşmıştır. İkinci faktör olan Kişilerarası Çatışma, varyansın %20.921'ini açıklamakta ve .785 ile .741 arasında değişen yük değerlerine sahiptir. Üçüncü faktör olan **İzolasyon**, toplam varyansın %21.396'sını açıklamakta olup .819 ile .665 arasında değişen faktör yüklerine sahiptir. Son faktör olan Problem Kabulü ise varyansın %11.919'unu açıklamakta ve .796 ile .593 arasında değişen yük değerleri ile ölçeğe katkı sağlamaktadır. Tüm faktör yüklerinin .593'ün üzerinde olması, ölçek maddelerinin ilgili faktörlere güçlü şekilde yüklendiğini ve yapının güvenilir olduğunu göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007; Hair, Black, Babin ve Anderson, 2014). Güvenilirlik analizi sonucunda ise ölçek boyutlarının Cronbach Alfa ( $\alpha$ ) katsayısı değerleri sırası ile Nomofobi(.846), Kişilerarası Çatışma(.875), İzolasyon(.896) ve Problem Kabulü(.773) olarak tespit edilmiştir. Ölçeklerde güvenilirliğin sağlanabilmesi için katsayının en az 0.70 olması gerektiği ifade edilmektedir (Altunışık vd., 2015, s. 126).



**Tablo 2.** Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB) Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Madde	Faktör Yüklü	C.Alfa	A. Varyans	Özdeğer
Sosyal Medya Bağımlılığı	SMB4	.837	.872	57.170	4.002
	SMB5	.828			
	SMB3	.821			
	SMB6	.792			
	SMB2	.738			
	SMB1	.682			
	SMB7	.552			
Değerlendirme Kriterleri	KMO:	.871			
	Approx. Chi-Square:	1248.224			
	Bartlett's Test of Sphericity:	.000			
	Faktör Çıkarma Yöntemi:	Temel Bileşenler Analizi			
	Toplam Açıklanan Varyans:	57.170			

Tablo 2’de yer alan açıklayıcı faktör analizi bulguları, Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeğinin tek boyutlu bir yapıda olduğunu göstermektedir. Ölçeğin faktör analizine uygunluğunu belirlemek üzere gerçekleştirilen analiz sonucunda KMO katsayısının .871 olduğu, Bartlett testi değerlerinin ise ( $\chi^2=1248.224$ ,  $p<.001$ ) anlamlı düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Tabachnick ve Fidell (2007) 0,6’nın üzerindeki KMO değerinin faktör analizi yapabilmek için yeterli olduğunu belirtmektedir. Faktör analizi sonucunda elde edilen tek boyutun toplam varyansın %57.170’ini açıkladığı belirlenmiştir. Sosyal bilimlerde tek boyutlu faktör yapılarında açıklanan varyansın 0,30 ve daha yüksek olması yeterli olarak değerlendirilmektedir (Büyüköztürk, 2015). Dolayısıyla tek faktör altında açıklanan varyans oranının (%57.170) yeterli düzeyde olduğu söylenebilir. Maddelere ilişkin faktör yükleri .552 ile .837 arasında değişmektedir. Literatürde .40 ve üzerindeki faktör yükleri kabul edilebilir düzeyde görülmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007). Bu doğrultuda tüm maddelerin ölçeğe katkı sağladığı, özellikle SMB4 (.837), SMB5 (.828) ve SMB3 (.821) maddelerinin en güçlü katkıyı sunduğu görülmektedir. SMB7 (.552) ise görece daha düşük bir faktör yüküne sahip olmakla birlikte, kabul edilebilir sınırın üzerinde yer almaktadır (Hair vd., 2014). Güvenilirlik analizi sonucunda SMB ölçeğinin Cronbach Alfa ( $\alpha$ ) katsayısı değeri ise .872 olarak tespit edilmiştir. Ölçeklerde güvenilirliğin sağlanabilmesi için katsayının en az 0.70 olması gerektiği ifade edilmektedir (Altunışık vd., 2015, s. 126).

### 4.3. Korelasyon ve Regresyon Analizleri

**Tablo 3.** Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB) ve Phubbing Alt Boyutlarına Yönelik Korelasyon Analizi Tablosu

Değişkenler	Ort.	S.S.	1.	2.	3.	4.	5.
SMB	2.23	1.19	1				
Nomofobi	3.74	1.66	.355**	1			
Kişilerarası Çatışma	2.09	1.33	.689**	.410**	1		
İzolasyon	2.36	1.46	.618**	.402**	.687**	1	
Problem Kabulü	2.99	1.56	.641**	.511**	.591**	.630**	1

Tablo 3’te sosyal medya bağımlılığı ile phubbing boyutları arasındaki korelasyon sonuçları verilmiştir. Gürbüz ve Şahin (2016)’e göre değişkenler arasında korelasyon katsayısının  $0.3 < r \leq 0.7$  aralığında olması ilişkinin orta düzeyde ve pozitif yönlü ilişkili olduğunu göstermektedir. Buna göre, Phubbing’in tüm alt boyutları (nomofobi, kişilerarası çatışma, izolasyon, problem kabulü) ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. SMB(Sosyal Medya Bağımlılığı) ile Nomofobi arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki bulunmaktadır ( $r = .355$ ,  $p < .001$ ). SMB ile Kişilerarası Çatışma boyutu arasında ( $r = .689$ ,  $p < .001$ ), SMB ile İzolasyon boyutu arasında ( $r = .618$ ,  $p < .01$ ) ve SMB ile Problem Kabulü boyutu arasında ( $r = .641$ ,  $p < .01$ ) pozitif ve anlamlı

ilişkiler saptanmıştır. Genel olarak phubbing boyutlarının da birbirleriyle pozitif yönde ve anlamlı düzeyde ilişkili olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 4.** Sosyal Medya Bağımlılığının (SMB) Nomofobi Boyutuna Yönelik Regresyon Analizi Tablosu

Değişkenler	B	Std. Hata	$\beta$	t	p	Tol.	VIF
Sabit	2.643	.169	-	15.612	.000	-	-
SMB	.495	.067	.355	7.409	.000	1.000	1.000
<b>Bağımlı Değişken: Nomofobi</b>							
R: .355	R <sup>2</sup> : .124	F: 54.889	p: .000	Durbin Watson: 1.837			

Tablo 4' e göre bağımsız değişken olan sosyal medya bağımlılığı bağımlı değişken olan phubbing in alt boyutu nomofobinin (R<sup>2</sup>=,124) %12'lik kısmını açıkladığı ortaya çıkmıştır. Diğer bir ifade ile phubbing in alt boyutu nomofobi üzerindeki değişimlerin %12'si öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları ile açıklanmaktadır. Buna göre bağımlı değişken olarak ele alınan phubbing in alt boyutu olan nomofobi ile bağımsız değişken olarak ele alınan sosyal medya bağımlılığı arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu belirlenmiştir (F=54.889, p < .001). Katsayılara ilişkin t değerleri değerlendirildiğinde, sosyal medya bağımlılığının nomofobi düzeyini anlamlı biçimde etkilediği ( $\beta$  = .355, t = 7.409, p < .001) tespit edilmiştir. Bu sonuç, bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça nomofobi düzeylerinin de anlamlı biçimde yükseldiğini göstermektedir. Buna göre araştırmanın amacı doğrultusunda ileri sürülen "H1: Sosyal medya bağımlılığı nomofobi üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir" hipotezi kabul edilmiş olup sosyal medya bağımlılığının nomofobi üzerinde üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır.

**Tablo 5.** Sosyal Medya Bağımlılığının (SMB) Kişilerarası Çatışma Boyutuna Yönelik Regresyon Analizi Tablosu

Değişkenler	B	Std. Hata	$\beta$	t	p	Tol.	VIF
Sabit	.387	.105	-	3.697	.000	-	-
SMB	.765	.041	.689	18.530	.000	1.000	1.000
<b>Bağımlı Değişken: Kişilerarası Çatışma</b>							
R: .689	R <sup>2</sup> : .473	F: 343.368	p: .000	Durbin Watson: 1.714			

Tablo 5' e göre sosyal medya bağımlılığı bağımlı değişken olan phubbing'in alt boyutu kişilerarası çatışmanın (R<sup>2</sup>=,473) %47'lik kısmını açıklamaktadır. Diğer bir ifade ile phubbing'in alt boyutu kişilerarası çatışma üzerindeki değişimlerin %47'si öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları ile açıklanmaktadır. Buna göre kişilerarası çatışma ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu belirlenmiştir (F=343.368, p < .001). Modeldeki katsayıların t değerleri incelendiğinde ise sosyal medya bağımlılığının kişilerarası çatışmayı ( $\beta$  = .689, t = 18.530, p < .001) düzeyinde etkilediği görülmektedir. Başka bir deyişle, bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttıkça kişilerarası çatışma düzeyleri de anlamlı biçimde yükselmektedir. Bu kapsamda araştırmanın amacı doğrultusunda ileri sürülen "H2: Sosyal medya bağımlılığı kişilerarası çatışma üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir" hipotezi kabul edilmiş olup sosyal medya bağımlılığının kişilerarası çatışma üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır.

**Tablo 6.** Sosyal Medya Bağımlılığının (SMB) İzolasyon Boyutuna Yönelik Regresyon Analizi Tablosu

Değişkenler	B	Std. Hata	$\beta$	t	p	Tol.	VIF
Sabit	.675	.125	-	5.390	.000	-	-
SMB	.757	.049	.618	15.318	.000	1.000	1.000
<b>Bağımlı Değişken: İzolasyon</b>							
R: .618	R <sup>2</sup> : .380	F: 234.640	p: .000	Durbin Watson: 1.758			

Tablo 6'ya göre model, izolasyondaki toplam varyansın %38'ini açıklamaktadır (R<sup>2</sup> = .380). Buna göre izolasyon ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu belirlenmiştir (F=234.640, p<.001). Modeldeki katsayıların t değerleri incelendiğinde ise sosyal medya bağımlılığının izolasyonu ( $\beta$  = .618, t = 15.318, p < .001) düzeyinde etkilediği görülmektedir.

Bu durum, bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça izolasyon düzeylerinin de anlamlı biçimde yükseldiğini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda araştırmanın amacı doğrultusunda ileri sürülen “H3: Sosyal Medya Bağımlılığı izolasyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir” hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 7.** Sosyal Medya Bağımlılığının (SMB) Problem Kabulü Boyutuna Yönelik Regresyon Analizi Tablosu

Değişkenler	B	Std. Hata	$\beta$	t	p	Tol.	VIF
Sabit	1.122	.131	-	8.594	.000	-	-
SMB	.839	.051	.641	16.295	.000	1.000	1.000
<b>Bağımlı Değişken: Problem Kabulü</b>							
R: .641	R <sup>2</sup> : .410	F: 265.529	p: .000	<b>Durbin Watson: 1.772</b>			

Tablo 7’ye göre model, problem kabulündeki toplam varyansın %41’ini açıklamaktadır ( $R^2 = .410$ ). Buna göre problem kabulü ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu belirlenmiştir ( $F=265.529$ ,  $p<.001$ ). Modeldeki katsayıların t değerleri incelendiğinde ise sosyal medya bağımlılığının problem kabulünü ( $\beta = .641$ ,  $t = 16.295$ ,  $p < .001$ ) düzeyinde etkilediği görülmektedir. Bu durum, bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça problem kabulünün de anlamlı biçimde yükseldiğini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda araştırmanın amacı doğrultusunda ileri sürülen “H4: Sosyal Medya Bağımlılığı problem kabulü üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir” hipotezi kabul edilmiş olup sosyal medya bağımlılığının problem kabulü üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır.

## 5. SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Üniversite öğrencileri bilgiyi araştırmak, oyun oynamak ve iletişim kurmak için zamanlarının çoğunu teknolojik cihazlarla geçirmektedir (Ayar, Gerçekler, Özdemir ve Bektaş, 2018). Bu kapsamda bu araştırmada turizm önlisans ve lisans programlarında öğrenim gören öğrencilerin bakış açısıyla sosyal medya bağımlılığının phubbing davranışı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Elde edilen bulgular, sosyal medya bağımlılığının turizm önlisans ve lisans öğrencilerinin phubbing davranışlarını anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Bununla birlikte, korelasyon analizi sonuçları tüm değişkenler arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymuştur. Dolayısıyla turizm önlisans ve lisans öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı arttıkça phubbing boyutları olan nomofobi, kişilerarası çatışma, izolasyon ve problem kabul etme düzeyleri de artmaktadır.

Araştırma sonucuna göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça nomofobi düzeyinin yükseldiği görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığının akıllı telefona erişim kaygısı ve kopukluk korkusu gibi nomofobi belirtilerini artırdığını ortaya koymaktadır. Aynı zamanda bu bulgu, sosyal medya kullanımına yönelik bağımlılığın bireyler arası ilişkilerde sorun ve gerilimleri artırabileceğini göstermektedir. Ayar ve arkadaşları (2018) çalışmalarında nomofobi seviyeleri ile sosyal medya bağımlılığı arasında güçlü, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Bu sonuç çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir. Diğer taraftan Güzel ve Mutlu (2024) çalışmalarında sosyal medya bağımlılığı ve nomofobinin öğrencilerin çevrimiçi alışveriş bağımlılığını anlamlı etkilediğini belirlemişlerdir.

Sosyal medya bağımlılığının kişilerarası çatışma üzerinde pozitif ve güçlü bir etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, sosyal medya bağımlılığı yalnızca bireysel düzeyde psikolojik sorunlara yol açmamakta, aynı zamanda kişilerarası ilişkilerde de olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Mercan ve Uysal (2023) “sosyal medya bağımlılığının kişilik özellikleri ve kişilerarası problem çözme ile ilişkisini” incelemek amacıyla üniversite öğrencilerine yönelik yaptıkları çalışmada, sosyal medya bağımlılığı arttıkça sorunlara olumsuz yaklaşma, sorumluluk almama ve özgüven eksikliği düzeylerinin de arttığını belirlemişlerdir. Bu sonuç araştırma bulgularını desteklemektedir. Tufail ve arkadaşları (2025) ise çalışmalarında sosyal medya bağımlılığının üniversite öğrencileri arasındaki kişilerarası ilişkilere etkisini incelemişler ve sosyal medya bağımlılığının öğrenciler arasında duygusal kopukluğu ve iletişim bozukluklarını arttırdığı

sonucuna ulaşmışlardır. Dolayısıyla sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça kişilerarası uyum ve yapıcı problem çözme düzeylerinin azaldığı ve bunun da çatışmalara yol açtığı söylenebilir.

Bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça izolasyon düzeylerinin anlamlı biçimde yükseldiği görülmektedir. Buna göre sosyal medyaya bağımlı hale gelen bireyler, çevrelerinden uzaklaşma, yalnızlık hissetme ve sosyal ilişkilerde kopukluk yaşama eğilimi gösterebilirler. Öyle ki regresyon katsayısının yüksek ve pozitif olması, sosyal medya bağımlılığının izolasyon üzerinde güçlü bir etkisinin bulunduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, sosyal medya bağımlılığının yalnızca bireysel düzeyde psikolojik etkiler yaratmadığı, aynı zamanda sosyal bütünleşmeyi zayıflatarak bireyleri toplumsal yaşamdan uzaklaştırabileceği söylenebilir. Bu sonucu destekler nitelikte Ahmad ve arkadaşları (2022)'nin sosyal medya kullanımının, yalnızlık ve sosyal izolasyona etkisini belirlemek için üniversite öğrencilerine yönelik araştırmalarında, sosyal medyayı aşırı kullanan gençlerin yalnızlık ve sosyal izolasyon sorunu yaşadığını ortaya koymuşlardır. Son olarak sosyal medya bağımlılığı arttıkça problem kabulü(kabullenme) düzeyinin de arttığı dikkat çekmektedir. Sosyal medya bağımlılığı yükseldikçe bireyler phubbing davranışına daha sık başvurmakta ve dolayısıyla bir problem olduğunu fark etme veya kabullenme düzeyleri de artmaktadır (Ratnasari ve Oktaviani, 2020; Putri ve Sa'id, 2024).

Bu sonuçların önceki araştırma sonuçları ile benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Karadağ ve arkadaşları (2016), yalnızlık hissi arttığında akıllı telefon kullanımının da arttığını; Rachman (2021) ise yüksek sosyal medya kullanımının phubbing davranışını tetiklediğini vurgulamıştır. Benzer şekilde Talan, Doğan ve Kalinkara (2023) da sosyal medya bağımlılığının phubbing'i anlamlı biçimde etkilediğini ortaya koymuştur. Jacobsen ve Forste (2011) araştırmalarında üniversite öğrencilerinin sosyal ağlarda videolar izleyerek ve oyun oynayarak zamanlarını yoğun şekilde harcadıklarını ve eğitim-öğretim sorumluluklarını aksattıklarını vurgulamaktadırlar. Bu sonuçlardan hareketle farklı paydaşlara yönelik geliştirilen bazı öneriler aşağıda verilmektedir:

#### *Eğitim kurumlarına yönelik öneriler*

Öğrencilere sosyal medya bağımlılığının ve genel olarak dijital bağımlılığın psikolojik, sosyal ve akademik etkileri konusunda bilgilendirmeler yapılabilir, seminerler verilebilir. Bu doğrultuda nomofobi, izolasyon ve kişilerarası çatışma gibi konular açıklanıp riskleri tartışılabilir. Kampüs alanlarında yüz yüze sosyal aktiviteler ve etkinlikler daha fazla teşvik edilerek öğrencilerin sosyal medyadan uzaklaşmaları sağlanabilir. Sosyal medya bağımlılığı ile başa çıkmakta zorlanan öğrenciler için rehberlik ve danışmanlık hizmetleri verilebilir.

#### *Sektöre yönelik öneriler*

Turizm sektörü, müşteri ile anlık ve kaliteli iletişim gerektiren hizmet kalitesinin büyük ölçüde çalışanların kişilerarası becerilerine dayandığı bir alandır. Bu doğrultuda çalışanlara çevrimdışı iletişim becerilerini geliştirme bağlamında eğitimler verilebilir. Özellikle telefon kullanımını sınırlayan düzenlemeler iş yerlerinde yapılan toplantılarda uygulanabilir. Sosyal medya kullanımının çalışma saatleri içinde nasıl sınırlandırılacağına dair kılavuzlar oluşturulabilir.

Kolayda örnekleme yöntemi kullanılması nedeniyle elde edilen bulguların tüm turizm öğrencilerine genellenememesi araştırmanın sınırlılıkları arasında yer almaktadır. Gelecek araştırmalarda araştırmacılara dijital alışkanlıkların uzun vadeli etkilerinin incelenmesi ve farklı üniversitelerden ve kültürel bağlamlardan örneklemelerin karşılaştırıldığı çalışmalar önerilebilir.

#### **Kaynakça**

- Aagaard, J. (2020). Digital Akrasia: A Qualitative Study of Phubbing. *At & Society*, 35(1), 237-244.
- Abramova, O., Baumann, A., Krasnova, H., ve Lessmann, S. (2017). To Phub or not to Phub: Understanding Off-Task Smartphone Usage and Its Consequences in The Academic Environment. *In ECIS*, p. 127.
- Ahmad, S., Farid, S., Shahid, F., ve Ahmed, S. (2022). Social Media Usage (Smu), Loneliness and Social Isolation: A Relational Study of University Students. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 13(1), 1684-1691.

- Ahmed, M. (2023). Psychological Impact of Social Media Addiction on Interpersonal Relationships in Pakistan. *International Journal of Psychology*, 8(4).
- Ali, S. A., Abdelraof, A. İ., El-Gilany, A., ve Awad, S. (2024). Effect of a Psycho-Educational Program on Mitigating Nomophobia and Social Media Addiction among Undergraduate Nursing Students. *Trends in Nursing and Health Care Journal*, 8(1), 1-24.
- Allahverdi, F. Z., (2023). Relationship Between Self Esteem, Area of Study, Phubbing, and Perceived Social Media Addiction Among University Students. *OPUS- Journal of Society Research*, 20 (53), 340-353
- Almusa, H. M., Al-Qahtani F. S., Bhatı R. K., Assırı A. S., Assırı A. A., Alfaıfı S. H.M. ve Mostafa, O. (2019). 'Prevalence and Determinants of - No-Mobile| Phobia (Nomophobia) among University Students', *The Medical Journal of Cairo University*, 87(June), 2581-2586.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık.
- Ayar, D., Gerçekler, G. Ö., Özdemir, E. Z., ve Bektaş, M. (2018). The Effect of Problematic İnternet Use, Social Appearance Anxiety, and Social Media Use on Nursing Students' Nomophobia Levels. *CIN: Computers, Informatics, Nursing*, 36(12), 589-595.
- Błachnio, A., ve Przepiorka, A. (2019). Be Aware! If You Start Using Facebook Problematically You Will Feel Lonely: Phubbing, and Face Book İnterusion. A cross-sectional study. *Social Science Computer Review*, 37(2), 270-278.
- Blanca, M. J., ve Bendayan, R. (2018). Spanish Version of The Phubbing Scale: İnternet Addiction, Facebook İnterusion, and Fear of Missing Out As Correlates. *Psicothema*, 30(4), 449-454.
- Bragazzi, N. L., ve Del Puente, G. (2014). *A proposal for including Nomophobia in the new DSM-V*. Bragazzi, N., ve Del Puente, G. (2014). A proposal for including nomophobia in the new DSM-V. *Psychology Research and Behavior Management*, 4(7), 155-160.
- Büyüköztürk, Ş. (2015). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*. (21. Baskı). Ankara: Pegem Yayınları.
- Can, A. (2018). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. (6. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Chi, L. C., Tang, T. C., ve Tang, E. (2022). The Phubbing Phenomenon: A Cross-Sectional Study on The Relationships Among Social Media Addiction, Fear Of Missing Out, Personality Traits, and Phubbing Behavior, *Current Psychology*, 41: 1112-1123.
- Chotpitayasunondh, V. ve Douglas, K. M. (2018). The Effects of "Phubbing" on Social İnteraction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48, (6), 304-316.
- Chotpitayasunondh, V., ve Douglas, K. M. (2016). How "Phubbing" Becomes the Norm: The Antecedents and Consequences of Snub Bing via Smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9-18.
- Çömlekçi, M. F. & Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkinin İncelenmesi, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (4); 173-188.
- Davey, A., Raghav, S. K., Singh, J. V., Singh, N., Blanchio, A., ve Przepiorkaa, A. (2018). Predictors and Consequences of "Phub Bing" Among Adolescents and Youth in India: An Impact Evaluation Study. *Journal of Family and Community Medicine*, 25(1), 35-42.
- Ergün, N., Göksu, İ., ve Sakız, H. (2019). Effects of Phubbing: Relationships with Psychodemographic Variables. *Psychological Reports*, 123(5), 1578-1613.
- Erzen, E., Odacı, H., ve Yeniçeri, İ. (2021). Phubbing: Which Personality Traits are Prone to Phubbing? *Social Science Computer Review*, 39(1), 56-69.
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J., Lo Coco, G., ve De Marez, L. (2018). Fear of Missing out as a Predictor of Prob Lematic Social Media Use and Phubbing Behavior Among Flemish Adolescents. *International Journal Environment Research and Public Health*, 15(10), 2319.
- Gilmartin, H. M., Grotta, P. G., ve Sousa, K. (2013). Isolation: a Concept Analysis. *In Nursing Forum*, 48, 1, 54-60.
- Gupta, N. D. & Saha, S. (2020). A Study on Social Media Addiction and Phubbing among Health Trainees National, *Journal of Professional Social Work*, 21, (1).

- Gupta, P. & Sekhar, A.P. M. (2024). Fear of Missing Out, Social Media Addiction and Phubbing Behavior among Young Adults, *Inspa Journal Of Applied And School Psychology, Special Issue*, 114 – 119.
- Guzel Sahin, G., ve Sengün, G. (2015). The Effects of Social Media on Tourism Marketing: A Study among University Students, *Management and Administrative Sciences Review*. 4, 5, 772-786.
- Güneş, E., ve Ekmekçi, Z. (2024). The Relationship between Fear of Missing out and Depression among Tourism Students: A Serial Mediating Roles of Social Media Addiction and Anxiety. *Yükseköğretim Dergisi*, 14(3), 161-173.
- Günüç, S. (2009). *İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bazı Demografik Değişkenler ile İnternet Bağımlılığı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.
- Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Güzel, D., ve Mutlu, M. (2024). The Effect of Social Media Addiction, Nomophobia, and Netlessphobia on Students' Online Shopping Addictions During The Covid-19 Pandemic. *Journal of Mehmet Akif Ersoy University Economics and Administrative Sciences Faculty*, 11(2), 457-478.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*, Pearson Education Limited, 8th Edition.
- Ivanova, A., Gorbaniuk, O., Błachnio, A., Przepiórka, A., Mraka, N., Polishchuk, V., ve Gorbaniuk, J. (2020). Mobile Phone Addiction, Phubbing, and Depression Among Men and Women: A Moderated Mediation Analysis. *Psychiatric Quarterly*, 91(3), 655-668.
- Jacobsen, W., ve Forste, R. (2011). The Wired Generation: Academic and Social Outcomes of Electronic Media Use Among University Student. *Cyber psychology, Behavior, & Social Networking*, 14(5), 275-280.
- Jonkman, N. (2006). *Management of Conflict by Principals in Selected Soshanguve Secondary Schools*. Department of Educational Studies Faculty of Education Tshwane University of Technology.
- Jouty, S. A., Molla, M. I., ve Othman, S. H. B. (2024). Evaluating Phubbing Risk Among University Students Through a Cyberpsychology Model Approach, *2024 7th International Conference on Internet Applications, Protocols, and Services (NETAPPS)*.
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., ve Babadağ, B. (2016). The Virtual World's Current Addiction: Phubbing. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(2), 250-269.
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B., Çulha, I., ve Babadağ, B. (2015). Determinants of Phubbing, Which is The Sum of Many Virtual Addictions: A Structural Equation Model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60-74.
- Kaur, A., Ani, A., Sharma, A., ve Kumari, V. (2021). Nomophobia and Social Interaction Anxiety Among University Students. *International Journal of Africa Nursing Sciences*, (15), 100352.
- Khawar, Butt. A., ve Arshad, T. (2021). The Relationship Between Basic Psychological Needs and Phubbing: Fear of Missing out As The Mediator, *PsyCh journal*, 10(6), 916-925.
- Levine, L. E., Waite, B. M., ve Bowman, L. L. (2007). Electronic Media Use, Reading, and Academic Distractibility in College Youth. *CyberPsychology & Behavior*, 10(4), 560-566.
- Marciano, L., Ostroumova, M., Schulz, P.J., ve Camerini, A.L. (2021). Digital Media Use and Adolescents' Mental Health During The Covid 19 Pandemic: A Systematic Review and Meta Analysis. *Frontiers in public health*, 1 9, 793868.
- Mercan, N., ve Uysal, B. (2023). The Relationship of Social Media Addiction with İnterpersonal Problem-Solving and Personality Traits İn University Students, *Archives of Psychiatric Nursing*, 43, 50-56.
- Nazir, T. (2017). Attitude and Emotional Response Among University Students of Ankara Towards Phubbing. *International Journal of Multidisciplinary Educational Research*, 6(11), 143-152.
- Nazir, T. (2020). Impact of Classroom Phubbing on Teachers who Face Phubbing During Lectures. *Psychology Research on Education and Social Sciences*, 1(1), 41-47.
- Parmaksız, İ. (2023). The Effect of Phubbing, A Behavioral Problem, On Academic Procrastination: The Mediating and Moderating Role of Academic Self-Efficacy. *Psychology in the Schools*, 60(1), 105-121.

- Putri, C. A., ve Sa'id, M. (2024). The Effect of Fomo and Social Media Addiction on Phubbing Behavior in Adolescent K-Pop Fans, *Nusantara Journal of Behavioral and Social Science*, 3(4), 161-170.
- Rachman, A. (2021). The Effect of Social Media Addiction on Student Phubbing Behavior, *International Journal of Arts and Social Science*, 4 3, 113-117.
- Rahim, M. A. (2001). *Managing Conflict in Organizations*. (3rd ed). London: Greenwood Publishing Group.
- Ratnasari, E., ve Oktaviani, F. D. (2020). Perilaku Phubbing pada Generasi Muda (Hubungan antara Kecanduan Ponsel dan Media Sosial terhadap Perilaku Phubbing). *Metakom: Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 89-104.
- Roberts, J. A., ve David M. E. (2016). My Life Has Become a Major Distraction from My Cell Phone: Partner Phubbing and Relationship Satisfaction among Romantic Partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134-141.
- Rupert, S. M. ve Hawi, N. S. (2016). Relationships among smartphone addiction, stress, academic performance, and satisfaction with life. *Computers in Human Behavior*, 57: 321-5.
- Salehan, M., ve Negahban, A. (2013). Social Networking on Smart Phones: When Mobile Phones Become Addictive. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 2632-2639.
- Sandjaja, S. S., ve Syahputra, Y. (2019). Has a Fear of Missing Out Contributed to Phubbing Among Students? *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 5, 6, 219-230.
- Santos, A. d. A., Torres, M. d. S., dos Santos, L. F. N., ve Martins, H. d. A. (2023). Cultural adaptation and psychometric evidence of the Phubbing Scale. *Paidéia*, 33, Article e3332.
- Sönmez, Sarı. E., Kırbaz, Z. Ö., Güneş, H., Akeren, Z., ve Semerci, V. (2023). Üniversite Öğrencilerinin Sosyotelizme Maruz Kalma ve Sosyotelist Olma Durumlarının İncelenmesi, *Mersin Univ Sağlık Bilim Dergisi*, 16(2): 209-218.
- Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. (5th. Edition), Pearson International Edition, Boston.
- Talan, T., Doğan, Y. ve Kalinkara, Y. (2023). Effects of Smartphone Addiction, Social Media Addiction and Fear of Missing Out on University Students' Phubbing: A Structural Equation Model, *Deviant Behavior*, 45(1), 1-14.
- Tindell, D., ve Bohlander, R. (2012). The Use and Abuse of Cell Phones and Text Messaging in The Classroom: A Survey of College Students. *College Teaching*, 60(1), 1-9.
- Tufail, M., Yaqoob, M., Shafqat, S., Tufail, M. S., ve Khan, M, U. (2025). The İmpact of Social Media and Smartphone Addiction on The Quality of İnterpersonal Relationships among University Students. *Social Sciences Spectrum*, 4(2), 478-486.
- Turel, O., Matt, C., Cheung, C. M. K., D'Arcy, J., Qahri-Saremni, H., ve Tarafdar, M. (2019). Panel Report: The Dark Side of the Digitization of the İndividual. *Internet research*, 29(2), 274-288.
- Türen, U., Erdem, H., ve Kalkın, G. (2017). Mobil Telefon Yoksunluğu Korkusu (Nomofobi) Yayılımı: Türkiye'den Üniversite Öğrencileri ve Kamu Çalışanları Örnekleme. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 10(1), 1.
- Uğur, N. G., ve Koç, T. (2015a). Time for Digital Detox: Misuse of Mobile Technology and Phubbing. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1022-1031.
- Uğur, N. G., ve Koç, T. (2015b). Mobile Phones as Distracting Tools in The Class Room: College Students Perspective. *Alphanumeric J*. 3(2):57-64.
- Ural, A., ve Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss ile Veri Analizi*. (5. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uysal, D. (2022). Investigation of the Effect of Social Media Addiction on the Depression Levels of Tourist Guidance Undergraduates in Turkey. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(2), 567-580.
- Vorderer, P., Krömer, N., ve Schneider, F. M. (2016). Permanently Online – Permanently Connected: Explorations into University Students' Use of Social Media and Mobile Smart Devices. *Computers in Human Behavior*, 63, 694-703.
- Weixel-Dixon K. (2017). *Interpersonal conflict: An Existential Psychotherapeutic and Practical Model*, (1st Edition), New York: Routledge.

- Yildirim, C., ve Correia, A. P. (2015). Exploring the Dimensions of Nomophobia: Development and Validation of A Self-Reported Questionnaire. *Computers in Human Behavior*, 49, 130-137.
- Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, Erişim Adresi: <https://istatistik.yok.gov.tr/> 2024-2025 Öğretim Yılı Yükseköğretim İstatistikleri/Erişim Tarihi: 15.08.2025.
- Zaka, S., Latif, A., Ali, A., ve Ahmad, H. M. (2023). The Impact of Social Media Addiction on Exacerbating Loneliness among Youth. *Bulletin of Business and Economics (BBE)*, 12(4), 419-424.